Basel, den 20. Oktober 1934 XXXIV. Jahrgang / No. 42

Schweiz. Konsum-Verein

Organ des Verbandes schweiz. Konsumvereine (V.S.K.) Basel

Erscheint wöchentlich 8-12 Seiten stark. Abonnementspreis: Fr. 15.— per Jahr, Fr. 8.— per sechs Monate, ins Ausland unter Kreuzband Fr. 20.— per Jahr.

Redaktion: Dr. HENRY FAUCHERRE. Verantwortlich für Druck u. Herausgabe: Verband schweiz. Konsumvereine (V.S.K.) Basel, Tellstrasse 62/64.

Inhalt: Führende Gedanken. — Die Stellung des internationalen Genossenschaftswesens in der wirtschaftlichen Entwicklung der Gegenwart. — Genossenschaftliche Pressekonferenz in London. — Die erste Versammlung der „Schweiz. Konsumenten-Liga" — ein zweifelhafter Erfolg. — Nachwort zum roten Ausstellungszug. — Kritik an der Bedürfnisklausel. — Volkswirtschaft. — Kurze Wirtschafts-Nachrichten. — Aus der Praxis. — Aus unserer Bewegung. — Verbandsnachrichten.

Führende Gedanken

Arbeitslos . . . .

Wer einen Beruf erlernt hat, vielleicht gar den Beruf der eigenen Wahl, auf den alle Neigung und Veranlagung hinwiesen, und diesen Beruf, den man liebt, auf dessen einstige Ausübung man sich freute, der ein grosses Stück Inhalt des Lebens bildet, nun nicht ausüben kann, Monate, Jahre lang nicht, dem gehen nicht nur die in der Lehre erworbenen Kenntnisse und Fertigkeiten verloren, es geht der Beruf als solcher, die einstige Liebe zu ihm, die Freude an ihm verloren, so sehr sogar, dass man ihn hasst wie einen, der einen um das Lebensglück betrogen hat. Dieses ziellose, allmählich und mehr und mehr hoffnungslose Dahinvegetieren, ohne sich nützlich machen zu können, ohne das Brot zu verdienen, das man vielleicht zwar immer noch essen darf, das senkt alle positiven Kräfte der Seele: die Lebensfreude, den Schaffenswillen, das Selbstvertrauen, und über den Trümmern von all dem wuchert in den einst fröhlichsten, mutigsten, tüchtigsten Menschen ein zunehmendes Minderwertigkeitsbewusstsein empor und erstickt die letzten Reste des Gehaltes der Persönlichkeit unter seiner mit jedem Tage schwerer werdenden Last.

Diesem stillen Jammer, für den lang nicht alle in unserem Volke und namentlich die noch sonnenhalb der Schicksalshalde Wandelnden nicht das genügende Verständnis haben, kann nur durch eine Beschäftigung der Arbeitslosen, durch wieder irgendwie verdienstbringende Tätigkeit abgeholfen werden.

J. B. Rusch.

* * *

Das Leben ist nur schön, wenn es nützlich ist. Es ist nichts schönes in dem Leben, das nur um seiner selbst willen gelebt wird und die andern vergisst. —

Die Genossenschaftsbewegung ist das Christentum der Tat. Auch ihr Höchstes ist Liebe und ihr Ziel, uns Täter des Wortes: «Es trage ein jeder mit des andern Last» werden zu lassen.

Aus dem Englischen.

Die Stellung des internationalen Genossenschaftswesens in der wirtschaftlichen Entwicklung der Gegenwart.

(Schluss.)

Ich habe hier gewisse Gesichtspunkte hinsichtlich der Einstellung der Genossenschaft zum Staate als politische Organisation skizziert und gefunden, dass diese Einstellung neutral im weitesten Sinne dieses Begriffes sein muss. Wir müssen darauf bestehen, dass die Genossenschaft eine Bewegung ist, die ihre Tätigkeit auf dem wirtschaftlichen Gebiet hat und nur in dem Ausmasse zu voller Blüte gelangen kann, als sie überlegt und zielbewusst ihre Tätigkeit auf dieses Gebiet beschränkt. Sieht man die Genossenschaft als einen Teil des wirtschaftlichen Lebens eines jeden einzelnen Landes an, kann man sich auch denken, dass sie immer weiter ausgedehnte wirtschaftliche Aufgaben nach teilweise neuen organisatorischen Linien vielleicht zu erfüllen haben wird. In den Ländern, wo die Genossenschaftsorganisationen eine feste Position mit bedeutenden finanziellen Mitteln erworben haben, kann verlangt werden, dass sie gemeinsam mit anderen Formen von Unternehmen Fragen lösen, die vereinte Kräfte fordern, um durchgeführt werden zu können. Man kann sich z. B. denken, dass man in einem Lande eine Industrie ins Leben rufen will, die früher nicht bestanden hat und die dem Gesetz der Massenproduktion und der niedrigsten Kosten gemäss in sehr grossem Masstab aufgebaut werden muss, damit sie den Verbrauchern des Landes in bester Weise dienen kann, d. h. einen so grossen Teil der Bevölkerung als möglich mit Waren der fraglichen Art zu niedrigstmöglichen Preisen zu versehen. Der in einem gegebenen Augenblicke genossenschaftlich organisierte Markt ist mit anderen Worten zu klein, um einem konkurrenzfähigen Unternehmen zu genügen. Besonders trifft das für kleinere Länder zu, kann aber auch für spezielle Produkte in grösseren Ländern gelten. In solchem Falle darf sich die Genossenschaftsbewegung einer Zusammenarbeit nicht entziehen, sondern muss im Gegenteil eine solche dort etabliert werden, wo man durch ein derartiges Zusammenarbeiten den Interessen der innerhalb der Genossenschaft organisierten Verbraucher und der gemeinsamen Volkswirtschaft dienen kann.

Genossenschaftliche Pressekonferenz in London.

(30. August 1934, vorgängig dem Internationalen Genossenschaftskongress).

Väinö Tanner, Präsident des I. G. B. — H. J. May, Sekretär d. I. G. B. — J. A. Flanagan, Chefredaktor d. Co-operative News — Dr. B. Jaeggi — E. Angst — E. O. Zellweger — Dr. H. Faucherre — Dr. O. Schär — Dr. A. Suter

Versuche mit derartigen gemeinsamen Unternehmen sind bereits in mehreren Ländern gemacht worden und haben gute und dauernde Resultate gezeigt.

Wünschenswert ist auch, dass die Verbrauchergenossenschaften, dort wo sie gross und stark sind, anderen Formen genossenschaftlicher Tätigkeit Unterstützung und Hilfe gewähren, z. B. Einkaufsorganisationen der Handwerker, Schneider, Schuhmacher usw., und suchen, gemeinsam mit diesen nach wahren, genossenschaftlichen Grundsätzen deren Absatz zu fördern und denselben so zu ordnen, dass Verluste auf den Absatzwegen so viel wie möglich vermieden werden.

Die moderne industrielle Massenproduktion setzt Konzentration, eine Koordination der Kräfte bei der Erzeugung selbst und dabei die grösstmöglichen Absatzmärkte voraus. Wenn die Herstellungskosten einer gewissen Industrie in erheblichem Masse dadurch gesenkt werden können, dass sie für einen grösseren Teil der Abnehmer des Landes anstatt nur für einen begrenzten Teil produzieren darf, hat die genossenschaftliche Bewegung keine Veranlassung, sich zu weigern, sich an einem solchen gemeinsamen Unternehmen zu beteiligen, doch nur unter der Voraussetzung, dass die Genossenschaft genügenden Einfluss auf das gemeinsame Unternehmen hat, um garantieren zu können, dass die Kostenverminderung nicht als Mittel, den Gewinn zu vergrössern, betrachtet wird, sondern dass dieser Gewinn auf die Verbraucher in Form von niedrigeren Warenpreisen von den Fabriken übertragen wird. Es ist deshalb notwendig, dass ein grosser Teil der Kontrolle über solche gemeinsame Unternehmen und deren Leitung in den Händen der Genossenschaften liegt. Viele verschiedene Arten einer solchen Zusammenarbeit sind denkbar, und es ist hier nicht der Platz, näher auf die einzelnen Variationsmöglichkeiten einzugehen, sondern nur auf die bestehenden Zukunftsmöglichkeiten hinzuweisen.

Das Prinzip des freien Wettbewerbs, das in seinem Kern nichts anderes bedeutet als das Recht, neue Systeme für die Gruppierung und die Organisation der Produktionskräfte zu finden und zu erproben, und das somit sehr nah mit dem Recht, neue Methoden zur Nutzbarmachung der Naturkräfte auszudenken und zu erproben in innerer Verwandtschaft steht, das man im allgemeinen dem technischen Erfinder zuerkennt, dieses Prinzip behauptet somit offensichtlich noch immer seinen Platz in der wirtschaftlichen Entwicklung und scheint auf dem Wege zu sein, auch von solchen Staaten als unentbehrlich angesehen zu werden, die prinzipiell eine feindselige Einstellung zur Idee der liberalen freien Konkurrenz haben. Bezeichnend genug ist es, dass der sogenannte freie Handel, d. h. der in atomistischer Konkurrenz arbeitende Kleinhandel, sich immer stärker von dem Prinzip eines freien Wettbewerbs zwischen den Unternehmensformen abwendet. Die Einstellung des privaten Kleinhandels

zu dieser Frage, die in der Unfähigkeit wurzelt, sich von einem beschränkten und falsch gerichteten privatökonomischen Gesichtspunkt freizumachen, hat, wie bekannt, in einzelnen Ländern die gesetzgebenden Behörden veranlasst, eine Forderung auf Ausnahmegesetzgebung gegen gewisse Firmen der Warenvermittlung zu berücksichtigen, wobei man letzten Endes auf die Genossenschaften abzielt. Die privaten Kleinunternehmen des Handels schieben die Schuld für die ihnen erwachsenen Existenzschwierigkeiten, die mit besonderer Deutlichkeit während der Krisenjahre an den Tag traten, ganz auf die Konkurrenz von Seiten besser organisierter Warenvermittlungsformen, während sie in Wirklichkeit in der ungeregelten Konkurrenz und dem Mangel an einer planmässigen wirtschaftlichen Zusammenarbeit zwischen den Kleinhandelsunternehmen selbst wurzelt. Eine Verbesserung für die Kleinkaufleute auf Grund der Ausnahmemassnahmen, die auf diese Weise vom Kleinhandel hervorgerufen wurde, hat man deshalb nicht bemerken können. In einem Land wie der Schweiz z. B. scheint das Verbot einer Ausdehnung der Grossunternehmen der Warenvermittlung — das alle Unternehmen mit mehr als vier Läden und 10 Angestellten betrifft — so zu wirken, dass anstattdessen sich die Anzahl der Unternehmen erhöht, die weniger als vier Läden und 10 Angestellte haben. Anstatt an einem Verhindern einer eventuellen Ueberexpansion des Handelsapparates mitzuwirken, scheint das neue Gesetz somit zu einer beschleunigten Ausdehnung dieses Apparates beizutragen, wobei die Ausdehnung gerade diejenigen Teile des Warenvermittlungsorganismus trifft, welche am schwächsten sind und die geringste Lebensfähigkeit besitzen. Es ist klar, dass gerade die kleinen Unternehmen des Handels die Festsetzung der Einzelpreise, sei es, dass dieses durch staatliche Massnahmen oder durch mächtige Kartelle und Truste geschieht, als einen segenbringenden Ausweg aus ihren Schwierigkeiten ansehen müssen. Sie sind im voraus dazu bestimmt, Trusten und Kartellen soweit als möglich entgegenzukommen und dieselben, in dem Ausmasse wie sie können, in ihre Monopolpreisbestrebungen zu unterstützen. Gerade aus diesem Grunde haben die Konsumgenossenschaften überall, wo es die Verhältnisse im übrigen gestatten, eine äusserst wichtige Arbeitsaufgabe darin, die Preise zu regeln zu suchen und mit allen effektiven ökonomischen Mitteln der monopolistischen Kartell- und Trustbildung entgegenzuarbeiten. Bei der Durchführung dieses Programmes erhält die Genossenschaftsbewegung selbstverständlich in immer ausgeprägterem Masse den Handel und die monopolisierenden Teile der Industrie zu Gegnern. Auf diesem Gebiet kann jedoch kein Kompromiss eingegangen werden, sondern die Genossenschaften müssen bereit sein, unaufhörlich durch ihre Propaganda, ihre wirtschaftliche Aufklärungstätigkeit und ihre praktischen Handlungen dem Einfluss dieser feindlichgestimmten Kreise auf die allgemeine Meinung entgegenzuarbeiten. Die Genossenschaftsbewegung muss selbstverständlich auch darauf vorbereitet sein, dass die erwähnten feindlichen Kräfte im wirtschaftlichen Leben ihre Verbindungen zu politischen Parteien ausnutzen, um auf politischem Wege das Vorwärtsschreiten der Genossenschaften zu hindern zu suchen; dieses darf jedoch seinerseits die Genossenschaften nicht verleiten, ihre politische Neutralität zu verlassen, sondern sie müssen anstattdessen versuchen, auf dem Aufklärungswege den Boden für besseres Verständnis der Bedeutung der Genossenschaft bei den Anhängern aller politischen Parteien zu ebnen.

Genossenschaft als Rationalisierungsfaktor bedeutet, dass nach den Linien, die ich jetzt versucht habe aufzuzeichnen, ihre Stellung nicht nur regelnder, sondern auch direkt neubildender Natur sein soll. Die Organisationsform, welche das Genossenschaftswesen vertritt, hat bereits neubildende Einsätze rein geschäftsorganisatorischen Charakters ermöglicht, wie z. B. die Zusammenführung einer Anzahl lokaler Läden unter einer gemeinsamen zentralen Leitung und die Betätigung von Wareneinkäufen durch regionales Zusammenarbeiten, welche beiden als bedeutende Schöpfungen auf dem organisatorischen Gebiete der Warenvermittlung zuerst in der konsumgenossenschaftlichen Organisation hervortraten (Grosskonsumvereine, Grosseinkaufsgesellschaften, spezielle Einkaufsvereine für mehrere Länder). Das lebendige Interesse für neue derartige geschäftsorganisatorische Schöpfungen kam auch in der Bereitwilligkeit zum Ausdruck, mit der man in allen Ländern die statistischen Erfahrungen konsumgenossenschaftlicher Geschäftsbetriebe sammelt und veröffentlicht, sowie in dem Interesse, mit dem man neue Organisationspläne für die Lösung der aktuellen Warenvermittlungsfragen der Genossenschaften im Zusammenhang mit der Regelung der lokalen Produktion, der Zusammenarbeit mit den genossenschaftlichen Produktionsvereinigungen der Landwirte usw., aufnimmt. In dem Ausmasse wie sich die Genossenschaften immer zielbewusster für die Erzeugung von Waren selbst einsetzen, müssen sie jedoch auch danach streben, auf technischem Gebiet schöpferisch zu wirken. Die Genossenschaften müssen zur wichtigen Aufgabe erhalten, Wissenschaft und Technik direkt zu unterstützen, zu Erfindungen und anderer technischer fortschrittlicher Arbeit anzueifern, sowie für eine derartige Organisation der Bedarfsdeckung zu wirken, dass der allgemeine Verbrauchsstandard ständig erweitert und erhöht wird.

Eine kurze Zusammenfassung des Gesagten bedeutet, dass sich die Genossenschaften jedes Landes darauf einrichten müssen, als Warenproduzent, Warenverkäufer und Verteiler der Waren immer grössere Möglichkeiten zu verbesserter Effektivität zu finden. Sie haben nicht nur zur Aufgabe, den Missbrauch der Kräfte zu regeln zu suchen, die durch profitbezweckende Organisationen die Entwicklung der Zweckmässigkeit im wirtschaftlichen Leben hemmen oder aufhalten, sondern sie müssen auch befruchtend und schöpferisch an der Vermittlung wie der Produktion der Waren arbeiten.

(Die nun folgenden Ausführungen über das Verhältnis von Konsumgenossenschaft und Landwirtschaft bringen wir in einer der nächsten Nummern des «S. K. V.»)

Die erste Versammlung der „Schweiz. Konsumenten-Liga" — ein zweifelhafter Erfolg.

Die Einladungen für diese erste Versammlung der neu gegründeten «Schweiz. Konsumenten-Liga» auf Mittwoch, den 10. Oktober 1934, abends 8 Uhr, im Tonhalle-Pavillon geschahen mit einem grossen Aufwand. Es sollen in sämtlichen Haushaltungen der

Stadt Zürich 60,000 Exemplare einer illustrierten «Propagandabroschüre» verteilt worden sein. Die Einladung erging an jedermann. So war es weiter nicht verwunderlich, dass sich am genannten Abend rund 1000 Personen einfanden, darunter sehr viele sog. «Interessenten», nämlich viele Leute, welche dem in der Broschüre heftig angegriffenen Kleinhändlerstand angehörten. Ferner, wie sich im Laufe der Versammlung herausstellte, eine starke ausgesprochene Anhängerschaft der Migros A.-G.

Der Referent, Dr. W. Baechi, ging davon aus, dass wir in der Schweiz rund 2,040,000 Erwerbstätige haben, wovon eine Minderheit von 380,000 Personen den selbständigen Produzenten und Händlern angehört. Die Konsumentenschaft werde in zahlreichen Einzelfällen überfordert und ausgebeutet, was eine Verteuerung der Lebenskosten und damit eine Beeinträchtigung der Lebenshaltung bedeute. Als Beispiel wurden angebliche Kohlenkartellpreise und die übermässigen Gewinne der Brauereien angeführt. Der Handel wurde als überorganisiert und überteuert bezeichnet. Besonders wurde das endlose «Setzen» von Läden gerügt, verursacht durch die schwere Vermietbarkeit der Parterre-Wohnungen. Sog. Verbandsbildungen und Preiskartelle haben eine Erhöhung der Handelsspanne bewirkt. Im Warenhandel gäbe es heute 106 Verbände. Von den «Spezialgeschäften» berichtet der Referent, dass diese einen Spesensatz von 45—50% hätten. (Im schriftlichen Exposé an die Presse ist allerdings hier von «Detailgeschäften» die Rede. Natürlich ist es möglich, dass gewisse Spezialgeschäfte, z. B. Eisenwarenhandlungen, Modegeschäfte, bis zu 45% Spesen haben. Keinesfalls trifft dies aber auf die heutigen Grossdetaillisten zu, insbesondere nicht auf unsere Genossenschaften, welche in der Regel mit ca. 15% Spesen zu rechnen haben.) Die Spesen der Migros A.-G. wurden vom Referenten mit 15%, der Einheitspreisgeschäfte mit 10% und der Warenhäuser mit 33% erwähnt. Die Nennung des Milchproduzentenpreises von 20 Cts. und des Detailpreises in den Städten von 31 Cts. führte seitens des Referenten zu einem scharfen Angriff auf die Milchverbände. Wiederholt wurde die Migros A.-G. als «Preisverbilliger» genannt und die Verhältnisse in Genf erwähnt. Dort soll innert den Jahren 1929 und 1933 die Bevölkerung um 4%, die Zahl der Läden aber um 7% gestiegen sein, und dies trotz der Krise. In der ganzen Schweiz beständen 40,000 Detailhändler, welche als zum Teil überflüssig bezeichnet werden. Es folgten nun Mitteilungen über den Konkurrenzkampf in Gewerbe und Industrie und die bezüglichen korporativen Bestrebungen, welche für die Verbraucherschaft grosse Gefahren in sich bergen. Diese Befürchtungen wurden mit den Erfahrungen in Frankreich aus der Zeit der Zünfte aus dem 17. und 18. Jahrhundert belegt. Der Referent verwendete sich stark für gewisse neue Schuhfabriken, welche in dem Schuhhandel eine Rationalisierung gebracht hätten und sprach sich scharf gegen die Korporationsbestrebungen aus. Auch für die Grossohlereien wurden gute Worte eingelegt und ein Teil der Schuhmachermeister als überflüssig bezeichnet. Als Truste wurden der Zementverband, die Brauereien und die Schachtelkäse-Fabrikanten genannt. Die Landwirtschaft wurde als das Sorgenkind der Schweiz bezeichnet und die vielen Aufwendungen für Zollschutz und Subventionen angeführt. Die Verteuerung für eine dreiköpfige Familie, herrührend aus dem Schutze der Landwirtschaft, betrage allein Fr. 480.— pro Jahr. Von den Bauern und ihren Verbänden wurde energisch mehr Anpassung und Einordnung in die neue Wirtschaft verlangt. Die Misstände im Verbandswesen der Landwirtschaft, speziell bei den Milchverbänden und in der Käse-Union, wurden scharf gerügt. Auch der Butterbeimischungszwang wurde erwähnt und als «Zwangsverfütterung» bezeichnet. Der Migros A.-G. wurden wiederholt alle Sympathien ausgesprochen und vollkommene Unterstützung zugesagt. (Der Pferdefuss der ganzen Versammlung kam immer mehr zum Vorschein.) Einen teuren Spezereihändler in irgend einem Quartier wolle man folgendermassen «zur Raison» bringen: Man spricht mit ihm, und wenn das nichts nützt, wird er in der Presse behandelt und event. zum Boykott aufgefordert. (Als ob die Kunden von dem teuren Spezereihändler nicht schon vorher Abschied nehmen!) Die Preiskontrolle von Bern sei nichts wert. Der Konsument müsse selber zum Rechten sehen. Erwähnt wird auch das von der Konsumenten-Liga herausgegebene «Pflichtenheft für die Schweizer-Hausfrau», ein Heft, welches dazu bestimmt sei, die Nachfrage nach guten Qualitäten zu heben.

Der V. S. K. in Basel sei aus mancherlei Gründen nicht in der Lage, die Konsumenteninteressen mit der nötigen Konsequenz zu vertreten. Der Beschluss der Delegiertenversammlung des V. S. K. vom 16. Juni 1932 betreffend Auslegung des § 2 der Verbandsstatuten wurde als ein Hohn bezeichnet. Immerhin hofft der Referent auf gute Arbeitsteilung mit dem V. S. K. und entsprechende Unterstützung in Bern. Der Beschluss von Interlaken wird von ihm dahin interpretiert, dass «der V. S. K. damit auf die allgemeine Wahrung der Verbraucher-Interessen verzichtet habe». Die Ausdehnung des Filialverbotes auf die Konsumgenossenschaften zeige übrigens, dass auch die Konsumgenossenschaften selbst eines Schutzes vor den verbraucherfeindlichen Bestrebungen des selbständigen Detailhandels bedürfen.

Die «Schweiz. Konsumenten-Liga» wolle ihre Aufgabe in voller Unabhängigkeit erfüllen. Es sollen keine Firmen oder Vertreter dafür als Mitglieder aufgenommen werden. Die Statuten sehen nach Artikel 3 vor, keine obligatorischen Jahresbeiträge, wohl aber freiwillige Beiträge von ihren Mitgliedern entgegenzunehmen. Nach dem gleichen Artikel werden Zuwendungen von interessierten Dritten entgegengenommen, soweit mit der Entgegennahme keinerlei Bindungen eingegangen werden müssen und sofern keine Bedingungen über die Verwendung gestellt werden. Mit der Migros A.-G. habe die «Schweiz. Konsumenten-Liga» nichts zu tun, auch nicht mit Strohmännern. Sie nehme von ihr auch keine Unterstützung an. Die Migros A.-G. sei der «Konsumenten-Liga» sehr sympathisch, und die Liga sei gewillt, die Migros A.-G. zu schützen. Die Liga sei gewillt, absolute Neutralität zu wahren; Politik spiele keine Rolle. Der Referent sprach sich scharf gegen diejenigen aus, welche das Wort «Volksgemeinschaft» zu sehr im Munde führen. Gemeint waren gewisse mittelständische Erneuerungsbewegungen, wie «Die neue Schweiz» usw. Zum Schluss des Referates wurde eine Resolution zur Beschlussfassung vorgelegt.

Als erster Diskussionsredner führte ein gewisser Ingenieur Peter ein ekelhaftes Theater auf. Seine erhobene näselnde Stimme wütete gegen amerikanische Trusts, Börse, gegen Nestlé und selbstverständlich für die Migros A.-G. Seine demagogische Rede war wohlvorbereitet. Der V. S. K. habe im Jahre 1914, nach Kriegsausbruch, als erster mit den

Preisen aufgeschlagen, und das Freidorf sei das Resultat der Kriegsgewinne. Dieser Diskussionsredner wurde in der Folge, als er nicht mehr von der Bühne herunter wollte, mit Rufen und Trampeln weggeschickt.

Ein Herr Briner sprach in geschickter Weise für das sehr notleidende Schuhmacher-Kleingewerbe. Er erwähnte die verschiedenen Grossohlereien in Zürich, welche ihren Gläubigern den Franken nur mit 15 und 20 Cts. bezahlt haben. Sogar Arbeitslöhne seien bei diesen traurigen Konkursen verloren gegangen.

Dr. Schümer, Mitglied des Bundes der «Neuen Schweiz» und Präsident des Detaillistenverbandes der Stadt Zürich, sprach scharf gegen die demagogische Broschüre der «Schweiz. Konsumenten-Liga». In dieser Broschüre wurde der gesamte Detailhandel als ein Mann auf einer Schnecke sitzend und hinter der geschlossenen Barrière dargestellt. In den fünf Minuten Redezeit konnte Dr. Schümer auf die Angriffe nicht viel antworten.

Dem folgenden Diskussionsredner wurden auf Verlangen 20 Minuten Redezeit zugebilligt. Es war G. Duttweiler, der bekannte Besitzer der Migros A.-G. Wir ersparen es uns, hier seinen Lobgesang auf die eigene Unternehmung und die Illustration des eigenen Lorbeerkranzes zu wiederholen. Duttweiler stellte der Resolution der «Liga» seine eigene Migros-Resolution entgegen. Nachher konnte Dr. Schümer noch einmal die Interessen des Kleinhandels vertreten, was er auch in geschickter Weise tat. Bezeichnend und fast beschämend war, wie Dr. Baechi, der Sekretär der «Liga», sich beeilte, auf das Verlangen von G. Duttweiler, eine Neuwahl des Vorstandes im Januar des kommenden Jahres zuzusichern. Duttweiler bezeichnete den jetzigen Vorstand als befangen und einseitig zusammengesetzt. Wahrscheinlich — und es ging aus dem Schluss der Versammlung hervor — werden die Migros-Anhänger und an ihrer Spitze Duttweiler — alles aufbieten, um das neue Instrument des Klassenkampfes, genannt «Schweiz. Konsumenten-Liga», in die eigenen Hände zu bekommen.

Die Resolution der «Liga» wurde mit grossem Mehr angenommen, nachdem die Versammlung Schluss der Rednerliste beschloss. Die Resolution der Migros-Leute unterlag in der Abstimmung. Um 11 Uhr wurde Schluss der Versammlung erklärt, was die Migros-Anhänger zu heftigen Protesten und Zurufen, wie «Terror», veranlasste. Dr. Baechi war schwach genug, dem Lärm nachzugeben und die Versammlung wieder zu eröffnen. Der halbe Saal hatte sich bereits entleert, als es dem Rest der Versammlung gelang, den dritten Punkt der Migros-Resolution zur Annahme zu bringen. Dieser letzte Punkt handelte von der Kontingentierung, welche so gehandhabt werden soll, dass sie nicht zu Preissteigerungen führe.

Für unsere Genossenschafter war interessant zu sehen, welche Begehren, Wünsche und Anregungen von allen Seiten auf die Versammlungsleitung einstürmten. Das Schicksal des Gebildes, genannt «Konsumenten-Liga», ist noch nicht bestimmt. Der Weg hängt davon ab, welche Leute in diese «Liga» nun Eingang finden. Es wird wiederum ein Wettrennen der verschiedenen Interessenten absetzen, und das Markten um diese oder jene Konzession kann in einem neuen Gebilde und auf einem weiteren Sekretariat unserer Wirtschaft von vorne anfangen. Jedenfalls ging aus der Rede von Rechtsanwalt Dr. Baechi klar hervor, sowie aus der Diskussion, dass die Migros A.-G., die Fabrik-Detaillisten, die Epa und die Warenhäuser versuchen werden, den entscheidenden Einfluss über die «Liga» zu erhalten.

Nachwort zum roten Ausstellungszug.

Nachdem nun der rote Ausstellungszug einige Tage mehr als drei volle Monate durch unser Schweizerland in allen Himmelsrichtungen hin- und hergefahren ist, wurde er auf seinem Ursprungsgeleise in Zürich wieder abmontiert.

Einige der grösseren Wagen kommen wieder in den Dienst der Bundesbahnen; was mit den anderen geschieht, wissen wir nicht.

Ich hatte Gelegenheit, an einem der letzten Tage nochmals durch den Zug zu gehen, und war dabei erstaunt, wie sauber und unversehrt alles noch an seinem Platze stand und lag.

Die Devise, «Der schönen Schweiz die gute Schweizerware» war gut gewählt und hat auch einen vortrefflichen Klang hinterlassen. Die Aussteller, welche ich über den Erfolg dieser für die Schweiz neuartigen Musterschau gefragt habe, haben sich alle in zufriedener und lobender Weise darüber ausgesprochen.

Auch die Besucherzahl, welche, Freibillette eingerechnet, über 200,000 Personen betrug, zeugt dafür, dass auch das Publikum mit dem Unternehmen zufrieden war. Und wenn man in die Masse der Besucher hineingehorcht hat, so hat man fast immer lobende Stimmen gehört. Nörgeler gab es auch da, aber im grossen und ganzen hat es den Leuten überall gefallen.

Wenn man heute die Liste der Besucherzahlen einzelner Orte durchgeht und ein paar Plätze herausgreift, so fällt einem auf, dass speziell kleinere und mittlere Ortschaften die beste Frequenz aufzuweisen haben. So hat z. B. der Platz Flüelen bei einer Einwohnerzahl von zirka 1600 Seelen über 2600 Besucher auf den Plan gebracht. Die Stadt Chur hat ebenfalls mit über 6250 Besuchern ein vorzügliches Ergebnis geliefert. Erwähnenswert sind auch noch die Orte Kreuzlingen, Weinfelden und Frauenfeld, welche im Verhältnis zur Grösse der Ortschaften mehr als befriedigende Besuchsziffern stellten.

Weniger gut waren vor allem die Städte Basel und Lausanne, welche ihre jährlich wiederkehrende Mustermesse haben.

Die Voraussage, dass der Zug in kleineren Städten das grösste Interesse hervorbringen werde, hat sich somit bestätigt. Es mag dies ein deutlicher Fingerzeig für die Leiter der «GEWA» sein für den Fall, dass späterhin wieder einmal ein derartiges Unternehmen durch unsere Kantone rollen sollte.

Ausserordentlich bedauert wurde der Umstand, dass der Zug den schönen, sonnigen Tessin nicht auch durchfahren konnte. Bahntechnische Gründe waren es, welche dies leider unmöglich gemacht haben.

Der Zweck des Ausstellungszuges, den Kontakt zwischen Aussteller und Konsument herbeizuführen, ist durchaus geglückt. Und wenn es manchmal auch nur die Neugierde war, welche die Leute herbeigelockt hat, so ist doch überall der Sinn für die gute Tat anerkannt worden.

Die rege Propaganda, welche in ständiger Begleitung des Zuges vor sich gehen musste, hat Arbeit, aber auch Verdienst gebracht. Eine Menge von Plakaten und Einladungskarten mussten gedruckt werden. Handwerker bekamen Arbeit bei der Einrichtung der Wagen, und dass bei derartigen Unternehmungen die Buchdrucker nicht zu kurz kommen, beweisen die 800,000 Flugzettel, welche in deutscher und französischer Sprache gedruckt werden mussten.

49 Städte und Orte hat der Zug angelaufen, so dass die 54 Ausstellerfirmen von sich sagen können, dass die ganze Schweiz durch den Ausstellungszug ihre Produkte kennen gelernt hat.

Auch diejenigen Ausstellungsstände, wie z. B. derjenige des V. S. K. und der Schuh-Coop, welche mehr auf propagandistische Agitation eingestellt waren, haben sicher ihre Aufgabe voll und ganz erfüllt. — Einige der Aussteller haben noch besonders gerühmt, dass sie durch den Ausstellungszug namhafte Bestellungen entgegennehmen konnten.

Und das Schönste an der ganzen Sache ist, dass nach Abschluss des Unternehmens kein Defizit zurückbleibt, so dass sich die Aussteller, die Besucher und die Organisatoren über den Enderfolg des roten Ausstellungszuges freuen können.

J. S. Z.

Ein Grund mehr für uns Genossenschafter, gegenüber dem neuen Gebilde ablehnend und «Gewehr bei Fuss» zu stehen. Umso stärker und fester soll der Zusammenschluss in den Konsumgenossenschaften und seitens der 500 Verbandsvereine in der Zentrale sein und bleiben. H. R.

Kritik an der Bedürfnisklausel.

Die Einführung der Bedürfnisklausel in Handel und Gewerbe bildet heute eine der Hauptforderungen weiter Mittelstandskreise. Angesichts der Uebersetzung in diesen Berufszweigen ist eine solche Forderung verständlich. Ob sie jedoch den von der Krise Betroffenen die gewünschte Hilfe zu bringen vermöchte, und vor allem, ob sie im Interesse des Gemeinwohls angewandt würde, ist eine noch unentschiedene Frage. Auf alle Fälle lässt die bisherige Ausführung des Bundesbeschlusses vom 14. Oktober 1934 darauf schliessen, dass — insbesondere von Seiten kantonaler Behörden — gegenüber den Konsumgenossenschaften ungehemmte Willkür an den Tag gelegt wurde. Gerade die bisherigen Erfahrungen erfüllen die Konsumgenossenschaften mit der grössten Skepsis und werden sie nur noch mehr in ihrem Verhalten bestärken, ohne die weitesten gesetzmässigen Garantien keine Bindungen irgendwelcher Natur einzugehen.

Es ist in diesem Zusammenhange erfreulich, dass ein Führer des Mittelstandes, Herr Nationalrat Schirmer, selbst die Feder ergreift, um seine Freunde vor unüberlegten Forderungen in Sachen Bedürfnisklausel zu warnen. Wie klar Herr Nationalrat Schirmer das Dilemma sieht, vor das eine Behörde bei einem Entscheid über die Eröffnung eines Ladens gestellt ist, geht aus folgendem Passus hervor (Sperrungen zum Teil von uns):

«Eine weitere Schwierigkeit ergibt sich in der Frage, an wen die Bewilligung zu erteilen ist. Nehmen wir an, dass der Zuwachs der Bevölkerung einer Stadt oder eines Stadtquartiers die Errichtung einer Bäckerei und eines Spezereiladens als Bedürfnis erscheinen lässt. Wer soll dann die Bewilligung erhalten? Die Filiale eines Konsumvereins, die Filiale eines Lebensmittel-Engrosgeschäftes oder ein Detaillist, der sich selbständig machen will? Es würde ja nicht zu umgehen sein, dass sich für jede zeigende Gelegenheit der Neueröffnung eines Betriebes immer eine Mehrzahl von Bewerbern fänden. Es ist uns nicht gegenwärtig, nach welchem Gesichtspunkt die Prüfung des Bewerbers sich vollziehen müsste, so dass die Befürchtung doch in hohem Masse vorhanden ist, dass der Willkür der entscheidenden Behörde ein grosser Spielraum geschaffen würde.»

Für diese Befürchtung von Herrn Nationalrat Schirmer haben die Konsumvereine in der bisherigen Handhabung des Bundesbeschlusses vom 14. Oktober 1933 manche Bestätigung erhalten. Weitere Schwächen des Systems der Bedürfnisklausel begründet Nationalrat Schirmer wie folgt (Sperrungen von uns):

«Es erheben sich in der praktischen Durchführung der Bedürfnisklausel so viele Schwierigkeiten, die die allgemeine Einführung zum mindestens als bedenklich erscheinen lassen. Es erhebt sich in erster Linie die Frage, nach welchem Gesichtspunkte die Bedürfnisklausel praktisch gehandhabt werden soll; wer soll sie durchführen und wer soll die Bewilligungen erteilen? Man darf nicht übersehen, dass es sich auch bei einer strengen Bedürfnisklausel nicht einfach um ein Verbot von wirtschaftlichen Neugründungen handeln kann, sondern dass lediglich Neugründungen und Erweiterungen von einer Bewilligung abhängig gemacht werden müssten. Die Bewilligung wäre an das Bedürfnis zu knüpfen. Soweit Lebensmittelgeschäfte in Frage kämen, wäre vielleicht an Hand eines festzustellenden Verbrauchs die Zahl der Betriebe im Verhältnis zur Bevölkerungszahl festzusetzen, ähnlich wie dies in den meisten Wirtschaftsgesetzen für die Zahl der Wirtschaften geschieht. Beim Wirtschaftsbetrieb erfolgt aber die Beschränkung aus Gründen der Volksgesundheit und Volksmoral. Es darf aber nicht übersehen werden, dass selbst im Lebensmittelgewerbe sich neue Bedürfnisse zeigen können oder eine Umgestaltung im Bedürfnisse an Lebensmitteln entsteht, die zu erkennen manchmal recht schwer ist. Es dürfte also schon hier auf diesem verhältnismässig einfachen Gebiet die Formel für den Nachweis des Bedürfnisses eine recht schwere sein.

Eine weitere Schattenseite der Bedürfnisklausel ist eine gewisse Monopolisierung derjenigen Geschäftsbetriebe, die entweder bereits bestehen oder die Bewilligung erhalten haben. Wir erleben schon unter der Bedürfnisklausel der Gastwirtschaftsbetriebe gelegentlich eine erhebliche Steigerung der Preise derjenigen Liegenschaften, auf denen das Recht zur Führung einer Wirtschaft besteht. Es ist mit Sicherheit anzunehmen, dass derartige Preissteigerungen der Liegenschaften sich auch auf andern Gebieten zeigen würden, so dass wir im Gewerbe zu ähnlichen Verhältnissen kommen müssten, wie wir sie heute in der Landwirtschaft in erschreckendem Masse beobachten. Wir sind überzeugt, dass die Liegenschaftspreise unter der Herrschaft der Bedürfnisklausel eine solche Höhe annehmen würde, dass dem letzten Erwerber auch wieder nicht viel mehr als die Deckung bescheidener Lebensbedürfnisse übrig bleiben würde.»

Im folgenden sei noch auf die von Herrn Nationalrat Schirmer gegebene Lösung hingewiesen. Diese entspricht in weitem Masse dem, was von unserer Seite stets in Vorschlag gebracht wurde: Hebung der persönlichen und geschäftlichen Qualität. Recht unklar wird die Lösung jedoch in ihrem Schlusspassus, der von den Berufsverbänden handelt, die Spielregeln aufstellen sollen, die für alle verbindlich sind. Es wäre gut, wenn Herr Nationalrat Schirmer sich zu diesen Spielregeln in concreto äussern würde. Im übrigen verdient jedoch die vorgeschlagene Lösung Interesse. Sie lautet:

«Mit Rücksicht auf die Schwierigkeiten, die sich aus der Durchführung der Bedürfnisklausel u. E. zwangsläufig ergeben, sehen wir die Behebung der wirtschaftlichen Misstände auf einem andern Wege. Wir sind nicht für ein staatlich gehandhabtes Bewilligungsverfahren, sondern erblicken den Ausweg in einer Hebung der persönlichen und geschäftlichen Qualität. Wir verlangen deshalb in den Branchen, in denen es sich als notwendig erweist, die Einführung eines Fähigkeitszeugnisses, eines Finanzausweises und eines Leumundzeugnisses, deren Beibringung zur Eröffnung eines

Geschäftsbetriebes notwendig sind. Wir sehen die Sanierung unhaltbarer Verhältnisse im Kreditwesen im Abschluss verbindlicher Verträge zwischen Lieferanten einerseits und Detailhandel und Handwerk andererseits. Wir sehen die Hebung des Mittelstandes im Erlass verbindlicher Qualitäts- und Lieferungsvorschriften, die dem Pfuscher sein verderbliches Geschäftsgebaren verunmöglichen. Nach unserer Auffassung soll jeder, der sich über die an die Geschäftseröffnung geknüpften beruflichen finanziellen und persönlichen Voraussetzungen ausweisen kann, sich selbständig machen können. Dabei muss allerdings die in seinem Berufe vorhandene Berufsordnung bezüglich Lehrlingshaltung, Arbeitsverhältnisse, Qualitäts- und Lieferungsbedingungen eingehalten werden, wenn solche in seinem Berufe bestehen und nach meinem Vorschlage zur Neuordnung der Wirtschaft vom Staate verbindlich erklärt worden sind.

Unter diesen, auf einer höhern Warte stehenden Bedingungen muss sich der Konkurrenzkampf wie bisher abwickeln. Wir lassen uns dabei von den Lehren der Geschichte leiten. Die Zünfte des früheren Mittelalters waren grosse und bedeutende Organe des damaligen Gesellschaftskörpers, solange sie in der Aufnahme von Mitgliedern Freiheit walten liessen und jedem tüchtigen Berufsgenossen Aufnahme in die Zunft gewährten. Sie erstarrten zu Schablonen, zu Engherzigkeit und reiner Formalpolitik, als ihre Aufnahmebedingungen jeden Zustrom neuen Blutes ausschlossen. Diese Entwicklung müsste u. E. auch heute mit einer Bedürfnisklausel verbunden sein. Man wird nun allerdings einwenden, dass ohne Bedürfnisklausel der harte Kampf ums Dasein bestehen bleibe. Wir geben dies zu, weil dieser Kampf der Menschheit nicht erspart bleiben kann. Es werden sich schliesslich die Menschen in dem vorhandenen Wirtschaftsraum nach den gegebenen Verhältnissen zurecht finden müssen. Der Kampf ums Dasein soll sich aber nicht in ungeregelten Formen abspielen können, wo sich der Rücksichtslose und Skrupellose noch ohne weiteres über die andern hinwegsetzt. Der Konkurrenzkampf soll, wie Prof. Böhler in seinem Buche richtig sagt, durch Spielregeln geleitet werden, die für alle verbindlich sind. Zu dieser Regelung dient aber nicht in erster Linie die Bedürfnisklausel, sondern die verantwortliche Mitarbeit der Berufsverbände, die zur Erfüllung ihrer Aufgaben vom Staate gestützt werden müssen.»

Volkswirtschaft

Einzelhandelsumsätze der einzelnen Unternehmungsformen in Deutschland.

Auf Grund der Betriebszählung von 1933 hat die Forschungsstelle für den Handel, Berlin, den Anteil der verschiedenen Einzelhandelsformen an dem Einzelhandelsumsatze errechnet. Sie ist zum folgenden Ergebnis gelangt:

Soweit die Betriebszählung oder die Jahresberichte der Berufsgenossenschaft Angaben über die Zahl der in den einzelnen Betriebsformen beschäftigten Personen lieferten, konnte auch eine Errechnung der entsprechenden Umsätze vorgenommen werden. Diese Berechnung ist lückenlos für das Jahr 1932 durchführbar, aus dem neben genauen Zahlen über die Personalleistung der Warenhäuser und Massenfilialbetriebe auch eine Umsatzschätzung für die Versandgeschäfte vorliegt. Soweit die Angaben sich bis 1933 fortführen liessen, sind sie in der folgenden Tabelle hinzugefügt. Für 1932 ergibt sich folgende Verteilung der gesamten Einzelhandelsumsätze:

Verteilung der Einzelhandelsumsätze auf die verschiedenen Betriebsformen in den Jahren 1932 und 1933.

Betriebsform	Umsatz 1932 in Mill. RM.	Umsatz 1932 in % vom gesamten Einzelhandels-Umsatz	Umsatz 1933 in Mill. RM.
Sesshafter[1]) und ambulanter[2]) Fachhandel	15,380	71,6	—
Massenfilialbetriebe[3]) . . .	1,500	7,0	—
Verbrauchergenossenschaften[4]) und Werkskonsumanstalten	1,000	4,6	780
Warenhäuser	920	4,3	775
Versandgeschäfte[5])	750—800	3,6	—
Gemischtwarengeschäfte[6]) . .	720	3,3	720
Kaufhäuser mit gemischtem Warenkreis[6])	590	2,7	512
Abzahlungsgeschäfte	320—350	1,6	400—440
Einheitspreisgeschäfte . . .	280	1,3	271

[1]) Einschliesslich der Spezialkaufhäuser, vor allem der reinen Textilkaufhäuser.

[2]) Einschliesslich der Grossunternehmungen des ambulanten Handels.

[3]) Filialsysteme mit mehr als 10 Filialen. Nach dem Jahresbericht 1932 der Berufsgenossenschaft für den Einzelhandel bestanden 1932 in Deutschland 17,175 Läden von Massenfilialunternehmungen mit 70,000 beschäftigten Personen. Als durchschnittlicher Umsatz je beschäftigte Person wurde für die Gesamtheit der Filialbetriebe aller Handelszweige ein Betrag von 21,000 RM. für das Jahr 1932 zugrundegelegt. Ueber die Berechnung dieser Personalleistung vgl. FFH.-Mitteilungen 4. Jahrg. No. 9 «Der Einzelhandel mit Lebens- und Genussmitteln», S. 85.

[4]) Nach der Statistik des Reichsbundes der deutschen Verbrauchergenossenschaften.

[5]) Schätzung des Instituts für Konjunkturforschung.

[6]) Eine Reihe von Gemischtwarengeschäften dürfte bei der vom statistischen Reichsamt gewählten Abgrenzung der Betriebsgrösse (5 und mehr Personen) unter den Kaufhäusern mit gemischtem Warenkreis gezählt worden sein.

Der ganz überwiegende Teil des gesamten Einzelhandelsumsatzes, fast 72%, entfällt auf den selbständigen kleinbetrieblichen Einzelhandel[1]) ohne Besonderheit der Betriebsform, wobei allerdings sesshafter und ambulanter Handel zusammengefasst und die Umsätze von Spezialkaufhäusern und Grossbetrieben des ambulanten Handels einbegriffen sind. Nach Abzug dieser Grossbetriebsformen und des ambulanten Handels dürfte der Anteil des sesshaften kleinbetrieblichen Einzelhandels etwas weniger als zwei Drittel vom gesamten Einzelhandelsumsatz betragen.

Von den besonderen Betriebsformen haben den grössten Anteil die Massenfilialbetriebe mit etwa 7% des gesamten Einzelhandelsumsatzes, wenn man als Massenfilialunternehmungen solche mit mehr als 10 Filialen betrachtet. Der Umsatz dieser Betriebe hat 1932 etwa 1,5 Milliarden RM. betragen. In grösserem Abstand hinter dieser Betriebsform folgen fast gleichzeitig Verbrauchergenossenschaften und Warenhäuser mit 4,6 bzw. 4,3% des gesamten Einzelhandelsumsatzes (Umsatz der Verbrauchergenossenschaften einschliesslich der Werkskonsumanstalten 1 Milliarde RM. im Jahre 1932, 780 Millionen

[1]) Gewöhnlich wird für den Teil des Einzelhandels, der keine Besonderheiten der Betriebsform aufweist, der Begriff «Fachhandel» gebraucht. Diese Bezeichnung ist nicht ganz zutreffend, weil auch ein Teil der besonderen Betriebsformen dem Fachhandel angehört: Massenfilialbetriebe, mit einer kleinen Einschränkung die Verbrauchergenossenschaften, ferner ein Teil der Versandgeschäfte, Abzahlungsgeschäfte und Kaufhäuser.

RM. 1933; Warenhäuser 920 Millionen RM. 1932, rund 775 Millionen RM. 1933). Die Konsumvereine einschliesslich der Werkskonsumanstalten hatten also 1932 noch einen knapp 9% höheren Umsatz als die Warenhäuser, obwohl sie sich fast ausschliesslich auf den Vertrieb von Lebensmitteln beschränkten; 1933 war der Umsatzanteil beider Betriebsformen fast gleich. Ueberraschend hoch erscheint der Umsatzanteil der Versandgeschäfte, der nach der genannten Schätzung des Instituts für Konjunkturforschung 750 bis 800 Millionen RM. im Jahre 1932 (3,6% vom gesamten Einzelhandelsumsatz) betrug, und damit nur um ein Sechstel hinter dem Umsatz der Warenhäuser zurückblieb. Der Umsatzanteil der Kaufhäuser beträgt bei der angegebenen Abgrenzung, die die reinen Textilkaufhäuser ausschliesst, dafür aber wohl eine Reihe von Gemischtwarengeschäften, möglicherweise auch von Einheitspreisgeschäften enthält, 2,7% (1932 knapp 600, 1933 reichlich 500 Millionen RM.). Der Umsatzanteil der Abzahlungsgeschäfte betrug 1932 1,6%; er muss seitdem gestiegen sein, da die absoluten Umsätze sich von 1932 bis 1933 um reichlich ein Viertel vermehrten. Der Anteil der Einheitspreisgeschäfte betrug 1932 1,3% vom gesamten Einzelhandelsumsatz.

Der Umsatzanteil der Massenfilialbetriebe lässt nicht ganz erkennen, wie stark das Filialsystem als Ganzes im Einzelhandel verbreitet ist. Insbesondere muss beim Vergleich mit den Vereinigten Staaten, in denen der hohe Umsatzanteil aller Formen von Filialunternehmungen immer wieder hervorgehoben wird, beachtet werden, dass in Deutschland neben den privaten kleinbetrieblichen Massenfilial-Unternehmungen auch die Konsumvereine, der grösste Teil der Einheitspreisgeschäfte und sicherlich mehr als die Hälfte der Warenhäuser (am Umsatz gemessen) Filialsysteme darstellen. Berücksichtigt man, dass auch ein kleiner Teil der Kaufhausumsätze durch Kaufhausketten bewerkstelligt wird, berücksichtigt man ferner die kleinbetrieblichen Filialunternehmungen mit weniger als 11 Filialen, so kommt man zu dem Ergebnis, dass auch in Deutschland im Jahre 1932 mehr als ein Siebentel aller Einzelhandelsumsätze durch Filialsysteme in irgendeinem Sinne getätigt wurde.

Kurze Wirtschafts-Nachrichten

Gutgeheissener Rekurs. Der Bundesrat hat entgegen dem Entscheid des Staatsrates des Kantons Waadt der Firma Georg Herzog, Damenkonfektion in Bern, die Bewilligung zur Eröffnung einer Filiale in Lausanne gegeben.

Neue 4 Prozent-Anleihe der Eidgenossenschaft. Der Bundesrat hat beschlossen, zur Konsolidierung schwebender Schulden und zur Deckung laufender Bedürfnisse eine 4 Prozent-Anleihe der Eidgenossenschaft im Betrage von 100 Millionen auszugeben.

Lage des Arbeitsmarktes. Ende September wurden von den Arbeitsämtern insgesamt 51,387 Stellensuchende gezählt, gegenüber 52,147 Ende August und 49,140 Ende September 1933.

Zugabeunwesen. Vom Verband zur Bekämpfung des Zugabeunwesens wird in der Tages- und Fachpresse folgender Protest veröffentlicht:

Der Ständerat hat der in Frage kommenden Industrie, sowie dem Detailhandel der verschiedenen Richtungen eine schwere Enttäuschung bereitet, dadurch, dass er entgegen dem Kommissionsantrag die Aufnahme einer Bestimmung betreffend das Zugabewesen ins Bundesgesetz betreffend den unzulässigen Wettbewerb abgelehnt hat. Was soll nun geschehen, fragt man uns. Wir antworten, wir führen den Kampf gegen diese Krebsübel im Wirtschaftsleben weiter.

Der Verband gegen das Zugabeunwesen hat durch seine Arbeit bewiesen, dass er nicht extrem eingestellt ist und nicht schlankweg alle und jede Zugabe verpönt. Wenn im Ständerat die Frage gestellt wurde, ob in der Folge der Kundschaft z. B. keine Kalender mehr verschenkt werden dürften, so ist das ein Beweis dafür, dass ein Mangel an Kenntnis dessen, was eigentlich bezweckt wird, den Entscheid herbeigeführt hat. Von Kalendern wurde überhaupt nie gesprochen. Diese werden nur einmal im Jahr und bedingungslos abgegeben.

Als unzutreffend betrachten wir ferner, dass versucht wurde, das Gespenst eines Polizeigesetzes an die Wand zu malen. Wir wollen kein Polizeigesetz. Wir sind zufrieden, wenn dem gesamten privaten und genossenschaftlichen Handel mit der in Frage kommenden Industrie, das Recht zugestanden wird, zu bestimmen, was als Zugaben gestattet und was verboten ist, und dass sich der Einzelne den Beschlüssen einer qualifizierten Mehrheit zu fügen hat. Der Leitung des Verbandes soll das Recht zugestanden werden, je nach Lage der Dinge, nötigenfalls beim zuständigen Richter auf Unterlassung oder auf Bestrafung zu klagen.

In einem seinerzeit vom Verbande zur Bekämpfung des Zugabeunwesens den zuständigen Instanzen des Bundes eingereichten Entwurf zu einem Bundesbeschluss hielt sich der Verband an die hier gezogenen Grenzen. Die Tatsache, dass auf diesem Gebiete Industrie, privater und genossenschaftlicher Handel zusammenarbeiten, schliesst zum vornherein Missbräuche aus.

Mit einer gesetzlichen Regelung schaffen wir durchaus nichts Neues, da in den meisten Staaten solche Regelungen bereits stattgefunden haben.

Welchen Umfang das Zugabewesen angenommen hatte, zeigt die Tatsache, dass die in den meisten Ländern anwachsende Abwehrfront gegen das Zugabewesen sich zu einem überstaatlichen Zusammenschluss in der Ligue Internationale contre la Concurrence illoyale mit Sitz in den Haag, vereinigt hat, deren Mitglieder die Handels- und Gewerbekammern, die Spitzenverbände der Industrie und der Wirtschaft, sowie die innerstaatlichen Verbände zur Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs der einzelnen Länder sind.

Die Liga macht es sich als private Organisation zur Aufgabe, den unlautern Handel und Wettbewerb, der nach dem Weltkriege in allen Erdteilen in gleicher Weise stark zugenommen hat, als Dachverband der verschiedenen Korporationen und Organisationen auf internationalem Boden zu bekämpfen. Nur so hält sie es für möglich, die in schneller Weise wechselnden Formen des unlauteren Wettbewerbes in allen Ländern einzudämmen. Als ethisches Ziel verfolgt sie die Wiederherstellung des ehrlichen Wettbewerbes, die Erziehung zu kaufmännischer Moral, zur alten Lauterkeit und Ehrauffassung, die ihre Verkörperung im «königlichen Kaufmann» findet.

Derjenige Politiker und Staatsmann, der sich diesen Bestrebungen widersetzen kann, möge sich zum Worte melden.

Der Schweizerische Verband zur Bekämpfung des Zugabeunwesens gestattet sich daher, den Ständerat zu bitten, nach Kenntnisnahme der Zwecke unserer Bestrebungen den Beschluss betreffend gesetzliche Regelung des Zugabeunwesens im Ständerat nochmals in Wiedererwägung zu ziehen.

Aus der Praxis

Ueber den Werbebrief.

(Schluss.)

Hinweg nun von den Aeusserlichkeiten. Sie waren Vorbedingung für den guten Werbebrief. Hin zu seiner inneren Struktur. Grundsätzlich muss vom Werbebrief das gleiche verlangt werden, wie vom direkt wirkenden Verkäufer, soll der Erfolg nicht ausbleiben. Der Verkäufer soll interessant von seiner zu verkaufenden Ware zu plaudern vermögen, der Werbebrief muss doppelt interessieren können, wenn er dieselbe Wirkung erzielen will, wie ein guter Verkäufer.

Der erste Satz des Werbebriefes entscheidet über sein Schicksal. Enthält der erste Satz, so ge-

schieht es fast in jedem Werbebrief, die Aufforderung: «Kaufen Sie nur bei mir Ihre...», so ist mit Sicherheit damit zu rechnen, dass diese Aufforderung unbefolgt bleibt, nicht einmal die Firma, von der diese Aufforderung ausgeht, wird vom Leser beachtet. Der erste Satz muss den Leser anspringen, er muss ihn sofort in Spannung versetzen. Und wie leicht ist das im Grunde zu erreichen. Es gibt keine Ware, keinen Artikel, der so banal, so alltaglich ist, als dass nicht doch für einen Werbebrief sich interessante Ausführungen aus ihm gewinnen liessen, konstruiert werden könnten. Allerdings darf niemals ausser Acht gelassen werden, dass die einmal erzeugte Spannung ein grosses Positivum darstellt und deshalb gehütet werden muss. Aus dieser Spannung versteht es der gute Verfasser in sehr eleganter Weise zum Endzweck aller Werbung, zur Aufforderung zum Kauf hinüberzuleiten. Gerade dieser Punkt, des Werbebriefes wichtigster, erfordert einen gewandten Stilisten, eine psychologisch ausserordentlich gewandte Persönlichkeit.

Alle Dinge, alle Fähigkeiten lassen sich erwerben, wenn man mit eiserner Energie systematisch an ihre Erwerbung herangeht. — Es muss gleich hier schon festgestellt werden, dass die Frage und Gegenfrage für den Werbebrief ein ganz ausgezeichnetes Hilfsmittel darstellt. Viel zu wenig wird die Frage und Gegenfrage angewendet. Jede Frage regt zum Nachdenken an, das ist eine Binsenweisheit! Jede einfache Mitteilung aber wird zunachst nur aufgenommen, das ist ebenfalls eine Binsenwahrheit!

Auf ebenso hoher Werbewirkung stehen Werbebriefe in Gesprächsform. In dieser Form lassen sich auch die 1000 Möglichkeiten erfassen, die ein gesunder Humor und Mutterwitz bieten.

«Frau X: «Was gedenken Sie heute zu kochen, Frau Y?»

Frau Y: «Ach wissen Sie, meine Liebe, ich werde mir darüber den Kopf nicht sonderlich zerbrechen. Ich habe heute mein berühmtes Waschfest und deshalb nicht die nötige Zeit für die Küche. Mein Mann will das allerdings niemals gelten lassen. Ich habe mir deshalb eine treue Helferin angeschafft, ich lasse die Kochkiste «X» für mich arbeiten...»

Immer wieder muss betont werden, dass die erste Ueberlegung für den Werbebriefverfasser sich mit dem Personenkreise beschäftigen muss, an den sich der Werbebrief richten soll. Dabei muss bedacht werden, dass die Mehrzahl der Menschen eine kurze, klare, leichtverständliche Darstellungsweise liebt, für Witz eingenommen ist, allzu strenges Denken und allzu vieles Lesen scheut, sich aber an Neuem und an Absonderlichkeiten erfreut. Fremdworte sind in deutschen Werbebriefen tunlichst ganz zu vermeiden, ebenso geistreich sein wollende Schachtelsätze. Schwer verständliche Fachausdrücke und Bezeichnungen sollten nur dann angewandt werden, wenn ihr Bekanntsein vorausgesetzt werden kann. Bevorzugt werden soll ein leichter, flüssiger Stil, bevorzugt können vor allem auch leicht humoristisch wirkende Ausführungen werden, bevorzugt aber werde vor allem eine prägnante Kürze der Darstellung. Der gute Werbebrief umfasse im Durchschnitt nicht mehr als fünfzehn Schreibmaschinenzeilen. In den meisten Fällen dürften sogar zehn Textzeilen vollkommen genügen.

Ein Möbelverkäufer könnte seinen Werbebrief folgerichtig etwa so gestalten:

«Zum Heiraten gehört zweierlei: eine liebe Frau und ein gemütliches Heim. Die Frau besorgen Sie sich zweckmässiger vielleicht selbst, aber die Sorge um ein gemütliches Heim will ich Ihnen gern abnehmen. Besuchen Sie mich bald. Ich habe reiche Erfahrungen auf diesen Gebieten gesammelt und will Ihnen gern raten, wie Sie sich geschmackvoll und preiswert einrichten können usw.»

Originalität ist einer der besten Wege, Herzen für sich zu gewinnen, im Gedächtnis zu haften. Heiratende, die diesen oder ähnlich abgefasste Werbebriefe bekommen, werden sich amüsieren und auf das Angebot bestimmt eingehen! — So suche der Werbebrief im Empfänger möglichst von Anfang an gleichgestimmte Saiten zu berühren und zum Schwingen zu bringen.

Der Werbebrief darf niemals die Konkurrenz nennen, noch weniger aber sie herabsetzen. Es ist unfair, die Konkurrenz zu verkleinern, sie zu diskreditieren; es ist aber ausserdem auch unklug, den zu Werbenden überhaupt erst auf die Konkurrenz aufmerksam zu machen.

Die genossenschaftliche Verteilungsstelle ist die Visitenkarte einer Verbrauchergenossenschaft.

«Rundschau», Hamburg.

Aus unserer Bewegung

Aus den Vereinen hin und her.

Einen warmen Dank an die Hausfrauen richtet **Kreuzlingen und Umgebung,** das in seiner Warenvermittlung im August ein Plus von Fr. 18,000.—, d. h. eine Zunahme von 21½ %, und von Januar bis August eine Erhöhung von 60,000 Franken feststellt. Für die gleiche Periode meldet **Erstfeld und Urner Oberland** eine Erhöhung um Fr. 52,300.— auf Franken 832,000.—. Sehr befriedigt ist auch **Schaffhausen** mit seinem August-Umsatz von über Fr. 220,000.— gegenüber Fr. 210,000.— im Vorjahresaugust. Ganz respektabel ist die Erhöhung des Schuhverkaufs von Fr. 8600.— auf 13,100 bei dieser Genossenschaft. Demgegenüber meldet **Uster und Umgebung** für August eine Abnahme um Fr. 3500.— auf Franken 58,700.—, die für die Genossenschaft infolge der grossen Obsternte und der weiteren Verschärfung der Arbeitslosigkeit jedoch nicht überraschend kam. Erfreulich sind die folgenden Jahresergebnisse: So erhöhte **Biasca und Umgebung** seinen Umsatz um über Fr. 26,000.— auf Fr. 478,000.—. **Aarau** sprang um Fr. 7700.— auf Fr. 642,000.—. **Hindelbank und Umgebung** weist mit Fr. 38,400.— eingestempelten Beträgen gegenüber dem Vorjahre keine erheblichen Unterschiede auf.

Die verstärkten Bemühungen zur Hebung des Brotbezuges bei der Genossenschaft scheinen vielfach von bemerkenswertem Erfolg begleitet zu sein. So haben sich die **Zürcher** Genossenschafterinnen und Genossenschafter beim L. V. Z. in den ersten 8 Monaten dieses Jahres ca. 95,000 Kilo Bauernbrot und 19,000 Kilo Roggenbrot mehr geholt. Die zahlreichen für die Zürcher Frauen organisierten Besichtigungen der L. V. Z.-Betriebe, vor allem der Bäckerei und Konditorei, werden hoffentlich noch ein weiteres zur vermehrten Berücksichtigung der Produkte dieser Genossenschaft tun. **Thun-Steffisburg und Umgebung** teilt folgende interessante Zahlen mit: Grossbrotproduktion 323,000 kg gegenüber 305,000 im Vorjahr; Kleingebäck wurde hergestellt für Fr. 49,100.— oder für Fr. 7100.— mehr als im Vorjahr; Konditoreiwaren wurden dagegen für Fr. 6400.— weniger hergestellt als letztes Jahr. Umsatz Fr. 20,200.—. **Aarau** meldet mengen- und wertmässig erhöhte Ergebnisse; so stiegen die Brotproduktion von 185,000 auf 197,000 kg und die Einnahmen (inkl. Kleingebäck) von Fr. 107,000.— auf Fr. 110,000.—.

Einen Umsatzrückgang von Fr. 116,000.— auf Franken 106,000.— bringt die Genossenschafts-Apotheke **Winterthur** zur Kenntnis. Bemerkenswert sind die Vergabungen aus dem Einnahmenüberschuss von Fr. 12,700.—. Nach Verwendung von Fr. 3000.— zur Abschreibung an der Liegenschaft und Zuweisung von Fr. 6000.— an die Reserven werden Fr. 2000.— der Arbeitslosenfürsorge zugewiesen, Fr. 1000.— dem Tuberkulosenfonds der Heilstätte des Betriebskrankenkassen-Verbandes ausgerichtet, Fr. 500.— der Volkshausgenossenschaft und Fr. 100.— dem Genossenschaftlichen Seminar überwiesen.

Ein reiches Arbeitsprogramm hat die rührige Frauenkommission des **L. V. Z.** aufgestellt. So sind in Aussicht genommen verschiedene Strickнachmittage, Kochkurse, Vorträge, Besichtigungen und allmonatliche Sitzungen mit anregenden Behandlungsgegenständen.

«Eingeschlagen wie eine Bombe» haben die Stickkurse von **Uster und Umgebung,** wo der angesagte Strickkurs infolge der Teilnehmerzahl von 80 Personen gleich dreiteilig durchgeführt werden muss.

Um den Absatz an Coop-Stumpen zu heben, zeigt **Lyss** in allen Verkaufsgeschäften Coop-Stumpen in Ausstellkartons.

In der Erkenntnis, dass Sparen auch heute noch eine sehr hoch zu schätzende und zu fördernde Tugend ist, hat **Aarau** Sparmarken für die Jugend hergestellt.

Vom 13.—22. Oktober findet in Basel eine «Grüne Woche» statt. Diese ist eine Marktausstellung mit kontrollierten Schweizerobst, Schweizergemüse und anderen einheimischen landwirtschaftlichen oder gärtnerischen Qualitätsprodukten. Der **A. C. V. beider Basel** wird als Konsumentenorganisation und grösster Verteiler von Landesprodukten in Basel und Umgebung entsprechend vertreten sein.

Wie sehr der Dienst der Genossenschaften in den Bergen geschätzt wird, geht wieder aus einem Schreiben, das ein diplomierter Ingenieur an die **Erstfelder** Genossenschaft geschickt hat und in dem es u. a. heisst:

«Seit fünf oder sechs Jahren pflege ich mit meiner Familie meine Ferien in Uri zu verbringen. Neben den landschaftlichen Reizen der Gegend ist hiefür ein Grund, dass die Verproviantierung durch die zuverlässige und prompte Bedienung Ihrer Konsumfiliale gewährleistet ist.

Auch in diesem Jahre, wo wir 2½ Wochen oben waren, sind wir in dieser Hinsicht verwöhnt worden. Obschon unsere Bestellungen ja immer erst am Abend hinuntergingen, haben wir schon am Morgen kurz nach 8 Uhr die Waren oben in Empfang nehmen können.

Diese Annehmlichkeit, die sonst an andern Orten in den Bergen fehlt, wissen wir sehr zu schätzen. Wir haben uns oft gewundert, dass es Ihren Angestellten möglich war, in der beschränkten Zeit unsere mannigfachen Wünsche so prompt und zuverlässig zu erfüllen.

Auch unsere Freunde, die sich gerne in Ihrer Filiale bedienen, sind über die gewissenhafte Art von deren «Dienst am Kunden» des Lobes voll.

Ich möchte Sie deshalb freundlich bitten, unsern Dank an Ihr Personal weiterzuleiten.»

Um vielen Familien einen Nebenverdienst zu ermöglichen hat **Kreuzlingen und Umgebung** einen Hagenbutten-Sammeldienst eingerichtet.

Dass die Konsumgenossenschaften nicht Allesfresser sind, als welche sie so gerne hingestellt werden, geht auch wieder aus folgender Aeusserung anlässlich der Generalversammlung von **Arbon und Umgebung** hervor:

Die allgemeine Politik des Konsumvereins war die, den händlerischen Mittelstand nicht zu provozieren und nicht durch rücksichtslose Ausdehnung schwerringende selbständige Existenzen zu gefährden. Aus diesem Grunde hat der Genossenschaftsrat auch vorläufig darauf verzichtet, den Detailbierverkauf, der provisorisch nur in Steinach eingeführt wurde, zu erweitern, obschon damit eine wesentliche Gewinnmöglichkeit preisgegeben wird. Redner glaubt, dass es so vorläufig bleiben werde.

Konsumgenossenschaft Biel. Der Geschäftsbericht und die Jahresrechnung für das am 30. Juni 1934 zu Ende gegangene 42. Geschäftsjahr sind veröffentlicht worden. Während dieser Periode wurden für rund Fr. 3,820,000.— Waren verkauft, das sind Fr. 67,000.— oder 1,7 % weniger als im Vorjahr. Das Waren- und das Schuhgeschäft haben mehr, die andern Betriebe weniger umgesetzt. Der Durchschnittsbezug je Mitglied beträgt Fr. 582.—. Der Wareneinkauf erfolgte zu drei Vierteln des gesamten Bedarfs durch Vermittlung des Verbandes schweiz. Konsumvereine in Basel.

Im Mitgliederbestand stehen 355 Eintritten 362 Austritte gegenüber, und 60 Personen mussten wegen Nichtbezugs von Waren gestrichen werden. Daraus resultiert eine Verminderung von 67 Mitgliedern; Bestand am Ende des Berichtsjahres 6562.

Die Zahl der Ablagen ist mit 36 unverändert geblieben. Im Durchschnitt wurden je Ablage Fr. 94,739.— eingenommen. Die Liegenschaften haben sich um den Anbau am Verwaltungsgebäude vermehrt. Ein Teil des Neubaues ist der Verteilungsstelle Biel des V. S. K. vermietet. Der Anbau kam auf Franken 123,342.— zu stehen und wurde aus eigenen Mitteln finanziert. Von den Ablagen befinden sich 15 in eigenen Liegenschaften, ebenso die Bäckerei und das Brennmaterialiengeschäft. Ausserdem sind 61 Wohnungen vermietet. Der ganze Ertrag der Liegenschaften wurde zum Unterhalt derselben verwendet. Die Genossenschaft hat im abgelauenen Jahr an Handwerker und Gewerbetreibende für Errichtung des Neubaues, Unterhalt der Liegenschaften und Mobilien, Drucksachen etc. Fr. 190,000.— aufgewendet.

An Steuern und Abgaben wurden von der Genossenschaft und ihrem Personal Fr. 57,000.— bezahlt. Für wohltätige Zwecke und die Arbeitslosen gelangten Fr. 4558.— zur Auszahlung.

Die Eingabe an den Bundesrat zum Schutze der genossenschaftlichen Bewegung erhielt in unserm Wirtschaftsgebiet über 9000 Unterschriften.

Die **Bilanz** ist nach gesunden kaufmännischen Grundsätzen aufgestellt unter vorsichtiger Bewertung der Warenlager. Auf den Mobilien wurden Fr. 23,500.— und auf den Liegenschaften Fr. 12,400.— abgeschrieben. In den Aktiven betragen die liquiden und kurzfristigen Mittel Fr. 1,331,000.—, die Mobilien Fr. 70,000., die Liegenschaften Fr. 1,560,000.— (Grundsteuerschatzung Fr. 1,884,000.—) und die Beteiligungen Fr. 79,100.—, zusammen Aktiven Fr. 3,041,000.—.

Die Passiven verzeichnen an Fremdkapital (Spareinlagen, Obligationen Hypotheken) Fr. 2,074,000.—, Eigenkapital Fr. 756,000.— (wovon Fr. 281,000.— einbezahlte Anteile und Fr. 475,000.— Reserven), Betriebsüberschuss Fr. 210,350.—. Die angenommenen Gelder, Spareinlagen und Obligationen, haben sich um Fr. 23,100.— vermindert.

Rückerstattet werden Fr. 192,000.— (7 % auf Waren und 5 % auf Brennmaterialien).

Den besten Dank verdienen die Mitglieder, welche die Genossenschaft trotz allen Anfeindungen unterstützten und davon überzeugt sind, dass die Selbsthilfe ein gesundes Lebensprinzip ist.

Der im Anschluss an die Jahresrechnung veröffentlichte Bericht der Frauenkommission beweist, dass dieselbe tatkräftig mitgearbeitet hat. Die Präsidentin, Frau Bodmer, schreibt u. a.: «Der Bundesbeschluss vom 4. Oktober 1933, welcher die Entwicklungsmöglichkeiten der Konsumgenossenschaften unterbinden will und diese mit den Warenhäusern und Einheitspreis-Geschäften auf die gleiche Stufe setzt, vermochte dem Willen unserer Mitglieder, ihre ganze Kraft der genossenschaftlichen Idee zu widmen, keinen Abbruch zu tun.» Auch hier zeigt sich, dass unsere Bewegung fest verankert ist und auch dem neuen Ansturm standhalten wird. Wer seine Interessen als Verbraucher gut wahren will, tritt der Konsumgenossenschaft bei. hw.

Ebnat-Kappel. An der Sonntag, den 23. September, abgehaltenen 62. ordentlichen Generalversammlung des Konsumvereins Ebnat-Kappel konnte der Präsident, Herr Fr. Rimensberger, 220 Genossenschafter und Genossenschafterinnen begrüssen. Einleitend sprach der Vorsitzende über die immer noch anhaltende Krise und ihre Auswirkungen, sowie über die Vorschläge und Versuche, die zur Behebung derselben gemacht werden. Dann berührte er den Bundesbeschluss vom 14. Oktober 1933 betr. die Warenhäuser und die Einbeziehung der Konsumvereine unter die gleichen Vorschriften. Er erwähnte dabei auch die Rapporte unserer Unterschriftensammler. Die darin vorgebrachten Klagen über Verwaltung und Bedienung konnten in allen Teilen als unbegründet entkräftigt werden. Zum Schlusse dankte der Herr Präsident all den aufrechten Genossenschaftern, welche die Treue hielten und in währschafter Art, nach alt hergebrachter Sitte, ihren Bedarf nach Möglichkeit beim Konsumverein deckten und die Bezüge sogar steigerten. Er betonte dabei, dass es sich in den weitaus meisten Fällen bei den guten Konsumenten auch um sparsame, solide Haushalter, die vom Schuldenmachen nichts wissen wollen, handle. Zweitens, festes Zusammenhalten und Einstehen füreinander werde auch dazu beitragen, die Krise besser zu überstehen. Möge dieser Geist stark genug werden, um die Menschheit von dieser schweren Last und Not zu erlösen.

Uebergehend zu den Traktanden wurde der Antrag gutgeheissen, dahingehend, dass das Versammlungsprotokoll künftig nicht mehr am Schlusse der Versammlung verlesen werden solle, sondern erst an der nächst folgenden Generalversammlung, indem es dem jeweiligen Aktuar fast unmöglich sei, ein ausgearbeitetes Protokoll in der knapp bemessenen Zeit vorzulegen.

Die im Druck vorliegende Jahresrechnung wurde diskussionslos genehmigt. Der Warenumsatz betrug im Rechnungsjahr 1933/34 rund Fr. 393,000.— gegenüber Fr. 402,000.— im Vorjahre. Diese Verminderung ist neben der starken Konkurrenz durch Grossunternehmern des Detailhandels zum grössten Teil den misslichen Verdienstverhältnissen zuzuschreiben. Die Ueberschussverteilung wurde ebenfalls ohne Diskussion gutgeheissen. Dieselbe sieht u. a. vor: 10 % auf die Warenbezüge, Fr. 300.— an wohltätige Vereine, Fr. 400.— für Vergabungen an bedürftige Genossenschafter. Im weitern wurde ein Antrag der Verwaltung betreffend Ausrichtung eines Krisenhilfsbetrages von Fr. 1000.— bis 1500.— aus der laufen-

den Rechnung an Arbeitslose und bedürftige Genossenschafter im kommenden Winter einstimmig genehmigt. Dabei wurde von der Verwaltung betont, dass nicht nur Arbeitslosigkeit, sondern auch andere Notlage berücksichtigt werden soll. Ohne Diskussion genehmigte die Generalversammlung den Antrag, es sei die Konsumverwaltung, unter Zuzug der Rechnungskommission, ermächtigt, eine allfällig vom Geschäftsinteresse der Genossenschaft gebotene und für deren Sicherung und Erhaltung nötige Geschäftserweiterung gründlich und allseitig zu prüfen und, wenn sich wirklich deren Zweckmässigkeit und absolute Notwendigkeit ergibt, diese im Rahmen der Möglichkeit durchzuführen. Der Präsident stellte bei dieser Gelegenheit eine im Lokalblatt erschienene, offenbar aus Gewerbekreisen stammende Einsendung, die in diesem Antrag die sofortige Eröffnung einer weiteren Filiale witterte, ins richtige Licht. Durch die Annahme obigen Antrages erhält die Verwaltung die längst ersehnte Ellenbogenfreiheit in Bezug auf Einführung neuer Artikel, die ihr bisher durch einen gewissen Statutenparagraphen benommen war. Mit der Hoffnung, dass im Laufe des Vorwinters ein Propagandaabend für Frauen und Töchter der Genossenschafter mit Filmvortrag in Aussicht genommen sei, konnte das Präsidium die flott verlaufene Versammlung schliessen. J. B.

Verbandsnachrichten

Aus den Verhandlungen der Verwaltungskommission

Wie aus einer Mitteilung des Schweizerwoche-Verbandes hervorgeht, wird die diesjährige Schweizer Woche in der Zeit vom 20. Oktober bis 3. November 1934 zur Durchführung gelangen. Angesichts der Lage unserer Wirtschaft und der Notwendigkeit, die Kaufkraft wenn immer möglich der landeseigenen Produktion zuzuhalten, soll die «Schweizer Woche 1934» wiederum zu einer Kundgebung für die Unterstützung einheimischer Arbeit gestaltet werden.

Der Schweizerwoche-Verband wird auch dieses Jahr wieder Plakate herausgeben für diejenigen Verkaufsgeschäfte, die an der «Schweizerwoche» mitzuwirken gedenken. Diese Plakate sind erhältlich direkt bei den Ortsvertretern der Kantonalkomitees der «Schweizerwoche» gegen Bezahlung des Plakatbetrages von Fr. 2.—.

Wir empfehlen den Vereinen, die dieses Plakat zu erhalten wünschen, sich direkt an die Ortsvertreter des Schweizerwoche-Verbandes zu wenden.

Bei dieser Gelegenheit richtet der V. S. K. an sämtliche Verbandsvereine die Einladung, auch ihrerseits mit einem oder mehreren Schaufenstern an der «Schweizerwoche» teilzunehmen. Gerade diese Veranstaltung ist besonders auch dazu angetan, für die Eigenmarke CO-OP des V. S. K. Propaganda zu entfalten und die Eigenpackungen in den Schaufenstern der Konsumgenossenschaften in gefälliger Weise zur Ausstellung zu bringen.

Das Departement für Warenvermittlung A ist bereit, Ausstellungsmaterial, sogenannte Attrappen, soweit vorrätig, den Vereinen für die Dauer der «Schweizerwoche» und auch zu anderen Zeiten zur Verfügung zu stellen.

Haushaltungsbuch CO-OP

Der Versand ab Immensee wurde nunmehr begonnen. Jeder Sendung sind Plakätchen beigefügt in der Höhe, die es jedem Verein ermöglichen, in jedem Verkaufsladen zwei solcher Plakätchen auszuhängen. Bestellungen für sofortige Lieferung können wir noch entgegennehmen.

Vereinsvorstände und Verwaltungen, unterstützt die propagandistischen Bestrebungen eures Verbandes und vermittelt das Haushaltungsbuch in möglichst grosser Zahl. Bei keinem Verein sollte dieses Buch fehlen.

Anwendung der Warenhausbeschränkung gegen Konsumvereine.

Das II. Departement ist mit einer Zusammenstellung über die Einwirkungen des Bundesbeschlusses vom 14. Oktober 1933 auf unsere Verbandsvereine beschäftigt.

Dem II. Departement sind zahlreiche Fälle der Anwendung dieses Bundesbeschlusses bekannt, sei es, dass es die Eingaben an die kantonale Regierung oder die Rekurse oder Vernehmlassungen an den Bundesrat selbst verfasst hat, oder dass von den Verbandsvereinen, die die Eingaben selbst verfassten, oder durch einen Anwalt verfassen liessen, Mitteilung gemacht wurde. Auch aus Zeitungsnotizen konnten diese oder jene Feststellungen gemacht werden. Aus der letztern Feststellung ist zu schliessen, dass in bestimmten Fällen Eingaben erfolgt sind, ohne dass dem V. S. K. in Basel davon Mitteilung gemacht wurde.

Um eine lückenlose Berichterstattung zu ermöglichen, werden deshalb alle Verbandsvereine, die in irgend einer Weise durch diesen Bundesbeschluss beeinträchtigt wurden, sei es, dass sie für Neueröffnung oder Verlegung einer Filiale eine Bewilligung verlangen mussten, sei es, dass sie wegen dieses Bundesbeschlusses von einer Verlegung, Neueröffnung oder Erweiterung von Filialen Umgang genommen haben, ersucht, beförderlich dem II. Departement in Basel von solchen Fällen Kenntnis zu geben, von der Art der Erledigung oder, falls die Angelegenheit noch schwebend ist, vom jetzigen Stand derselben.

VERBAND SCHWEIZ. KONSUMVEREINE (V.S.K.)

Kreis IIIb.

(Oberwallis.)

EINLADUNG

zur

Ordentlichen Herbstkonferenz

Donnerstag, den 25. Oktober, vormittags 10¾ Uhr, im Café Central in Salgesch.

TRAKTANDEN:

1. Appell.
2. Protokoll.
3. Besprechung einer Statutenrevision des V. S. K. (Referent: Herr Dr. L. Müller, Mitglied der Verwaltungskommission des V. S. K.)
4. Bestimmung des nächsten Konferenzortes.
5. Verschiedenes.

Zu zahlreichem Besuche laden freundlichst ein:

Für den Kreisvorstand IIIb:

Der Präsident: **M. Fux.**
Der Aktuar: **L. Eggel.**

VERBAND SCHWEIZ. KONSUMVEREINE (V.S.K.)

Kreis VI

(Urkantone, Luzern und Zug.)

EINLADUNG

zur

Herbstkreiskonferenz

Sonntag, den 28. Oktober 1934, vormittags 10 Uhr, im Kunst- und Kongresshaus in Luzern.

TRAKTANDEN:

1. Protokoll der Frühjahrskonferenz in Luzern.
2. Appell und Bezeichnung der Stimmenzähler.
3. Mitteilung des Kreisvorstandes.
4. Die Statutenrevision des V. S. K.
   Referent: Herr Zellweger, Mitglied der Verwaltungskommission des V. S. K.
5. Festsetzung des Ortes der nächsten Konferenz.
6. Allgemeine Umfrage.

Wir erwarten vollzähliges Erscheinen und entbieten Ihnen genossenschaftlichen Gruss!

Luzern und **Baar,** den 15. Oktober 1934.

Für den Kreisvorstand VI:

Der Präsident: **J. Frey.**
Der Sekretär: **A. Hegglin.**

VERBAND SCHWEIZ. KONSUMVEREINE (V.S.K.)

Kreis VIII

(Kantone Appenzell, St. Gallen und Thurgau)

EINLADUNG

zur

Herbstkonferenz

Sonntag, den 21. Oktober 1934, vormittags ½10 Uhr, im Hotel «3 Könige» in Herisau.

TRAKTANDEN:

1. Protokoll der letzten Delegiertenversammlung.
2. Besprechung einer Statutenrevision des V. S. K.
3. Das Verhältnis zwischen den landwirtschaftlichen Genossenschaften und den Konsumgenossenschaften.
4. Bestimmung des Ortes der nächsten Delegiertenversammlung.
5. Allgemeine Umfrage.

Referent für das Traktandum 2 und 3 ist Herr Dr. Leo Müller, Mitglied der Verwaltungskommission des V. S. K. Basel.

Nach den Verhandlungen wird ein gemeinsames Mittagessen eingenommen.

Wir erwarten recht zahlreichen Besuch.

Romanshorn/St. Gallen, den 1. Oktober 1934.

Namens des Kreisvorstandes VIII,

Der Präsident: **E. Hausammann.**
Der Aktuar: **R. Keller.**

VERBAND SCHWEIZ. KONSUMVEREINE (V.S.K.)

Kreis IXa

(Kanton Glarus, Linthgebiet und St. Galler-Oberland.)

EINLADUNG

zur

Ordentlichen Herbstkonferenz

Sonntag, den 21. Oktober 1934, vormittags 9.30 Uhr, im Hotel «Sternen», Ragaz.

TRAKTANDEN:

1. Appell und Wahl der Stimmenzähler.
2. Protokollverlesen.
3. Besprechung einer Statutenrevision des V. S. K.
   Referent: Herr Dr. Faucherre, Mitglied der Verwaltungskommission des V. S. K.
4. Vortrag von Frau Ada Kunz-Douvern über Personalprobleme.
5. Bestimmung des nächsten Konferenzortes.
6. Allgemeine Umfrage.
7. Einzug der noch ausstehenden Jahresbeiträge.

Die Vereine werden höfl. ersucht, die Zahl der Delegierten, die am Mittagessen teilnehmen wollen, bis am 19. Oktober dem Konsumverein Ragaz anzumelden.

Wir erwarten vollzählige Beteiligung und entbieten Ihnen genossenschaftlichen Gruss.

Namens des Kreisvorstandes IXa,

Der Präsident: **Rud. Störi.**
Der Aktuar: **Georg Meier.**

Hätzingen/Rapperswil, den 2. Oktober 1934.

Genossenschaftlicher Arbeitsmarkt

Angebot.

Welcher **Genossenschaft** darf ich per 1. Januar 1935 meine Dienste zur Verfügung stellen?
Suche selbständigen Posten als Lagerist (Magaziner). Bin mit **allen Bureauarbeiten gut vertraut,** besitze **schöne Handschrift; peinlich exaktes Arbeiten ist meine Pflichtauffassung.** Gute Referenzen. Angebote erbeten unter Chiffre A. O. 158 an den V. S. K., Basel 2.

Der Genossenschafter in Basel speist im genossenschaftlichen alkoholfreien

Restaurant Pomeranze

Steinenvorstadt 24

Menu von Fr. 1.60 an / Reiche Speisekarte / Gemütliche Aufenthaltsräume im 1. und 2. Stock. Sitzungszimmer.

Allgemeiner Consumverein beider Basel

Redaktionsschluss: 18. Oktober 1934.

Buchdruckerei des Verband. schweiz. Konsumvereine (V. S. K.) Basel